Cabinet Claude BARANES
45 Avenue Victor Hugo 750116 Paris
Tel: 01 43 80 37 21   Fax: 01 43 80 08 68
claudebaranes@avocat-baranes.fr
www.avocat-baranes.fr

LETTRE D'INFORMATION JURIDIQUE
Droit des affaires – Propriété intellectuelle
N° 22 / Mars 2010

Sommaire

DROIT DES AFFAIRES

PROPRIETE INTELLECTUELLE

DROIT DES AFFAIRES

BAIL COMMERCAIL : SANCTION DE L'IRREGULARITE D'UN CONGE DÉLIVRE SANS OFFRE DE RENOUVELLEMENT POUR MOTIFS GRAVES ET LEGITIMES.

Le bailleur peut refuser le renouvellement du bail sans être tenu à une indemnité d'éviction s'il justifie d'un motif grave et légitime à l'encontre de son locataire.

Que se passe t-il lorsque le congé est entaché d'une irrégularité qui le rend nul et de nul effet ?

On pouvait penser que si le congé est nul, le bail sera donc automatiquement renouvelé.

C'est en ce sens que les Cours d'Appel de Pau et de Paris ont tranché.

Dans les deux affaires les bailleurs avaient délivré un congé sans offre de renouvellement invoquant un motif grave à l'encontre de leur locataire pour échapper au paiement de l'indemnité d'éviction.

Dans les deux cas, le congé avait été annulé par la Cour d'appel. Et dans les deux cas le bail fut donc considéré comme renouvelé pour une période de neuf ans en raison précisément de la nullité du congé.

Ces deux arrêts ont été cassés par la Cour de cassation.

Pour la Cour de cassation, le bailleur est toujours en droit de refuser le renouvellement du bail venu à expiration en payant une indemnité d'éviction.

En conséquence, le congé irrégulier n'est pas nul. Il se transforme tout simplement en congé avec offre d'indemnité d'éviction.

Donc il appartiendra au bailleur, s'il ne veut pas renouveler le bail, de payer cette indemnité d'éviction. Ce n'était évidemment son souhait en délivrant son congé. Et donc s'il ne veut pas payer cette indemnité d'éviction, il devra accepter, s'il en a encre la possibilité, le renouvellement du bail, ce qui n'était pas, là non plus, le souhait du bailleur.

Cour de cassation 28 octobre 2009 n° 07-18250 et Cour de cassation 25 novembre 2009 n° 08-21029

BANQUE ET DEVOIR DE MISE EN GARDE

On sait que la banque a un devoir de mise en garde vis-à-vis d'un emprunteur non averti.

Rappelons que cette mise en garde protège l'emprunteur contre le risque d'endettement entraîné par le prêt.

Dès lors, en l'absence de risque d'endettement, lorsque essentiellement les capacités financières de l'emprunteur dépassent largement les échéances du prêt, la banque n'a pas l'obligation de le mettre en garde, quand bien même l'emprunteur serait un emprunteur non averti.

Pour résumer, le devoir de mise en garde ne concerne que l'emprunteur non averti dont le risque d'endettement est latent.

Et ce risque d'endettement se mesure bien entendu aux capacités financières de l'emprunteur. Tout ceci parait très logique.

Il est encore une question à laquelle on attendait une réponse. Doit on pour apprécier les capacités financières de l'emprunteur tenir compte des éléments de son patrimoine indépendamment de ses revenus.

Dans un arrêt du 17 décembre 2009, la Cour de cassation répond positivement à la question.

Elle approuve la Cour d'appel qui a constaté que les prêts étaient adaptés aux capacités financières des emprunteurs au regard de la valeur des éléments de leur patrimoine garantissant le remboursement de sorte que la banque n'était pas tenue d'un devoir de mise en garde.

Dans cette affaire, le prêt avait été entièrement remboursé par la vente d'un bien donné en garantie. Dès lors, l'emprunteur possédant au moment de la signature du prêt un patrimoine suffisant, le prêt était donc adapté à ses capacités financières de remboursement.

C'est donc ce qu'il faut retenir de la décision, mais que se serait-il passé si la vente du bien n'avait pas couvert le montant restant dû sur le prêt ?

La question mérite d'être posée.

Cour de cassation 17 décembre 2009 08-11866

BANQUE ET RUPTURE UNILATERALE DES RELATIONS AVEC SON CLIENT

Tout relation commerciale à durée indéterminée peut être rompue unilatéralement par l'une et l'autre partie sans avoir à donner de motifs.

Cette règle s'applique également à la relation entre la banque et son client.

Une banque a donc toujours le droit de rompre ses relations avec son client.

Seul l'abus serait condamnable, mais encore faut-il le prouver. Et l'abus consisterait en une volonté de nuire de la part du banquier ou d'un motif illégitime, encore que pour cette dernière hypothèse, la possibilité de rompre sans avoir à donner de motif rend difficile la preuve de cette illégitimité.

C'est ce que vient de rappeler la Cour de cassation dans un arrêt du 26 janvier 2010.

Pour la Cour de cassation, la faculté de résiliation discrétionnaire et arbitraire constitue une source potentielle de discrimination. Et il appartient au client à qui il a été accordé un préavis de 90 jours de prouver que la rupture procédait d'un motif illégitime ou d'une volonté de nuire.

Reste cependant qu'à défaut d'abus, la brutalité est condamnable.

Un préavis doit être observé, préavis qui est généralement de l'ordre de 60 jours.

Cour de cassation 26 janvier 2010 n°09-65086

PROPRIETE INTELLECTUELLE

MARQUE : LOUER LES MERITES N'EST PAS DISTINGUER.

On sait qu'une marque doit être distinctive par rapport à la fois aux produits ou services qu'elle désigne.

Tous termes laudatifs ou superlatifs procèdent d'une information à caractère promotionnel ou publicitaire, et il sera rejeté à titre de marque en raison de son caractère descriptif. Comme exemple citons le terme « super ».

La marque UNIQUE a été déposée par la société France Télécom à titre de marque communautaire.

Considérant que cette marque ne faisait que louer les mérites du service désigné, les juges communautaires l'on rejetée, en raison de son caractère laudatif. Caractère qui ne peut donc faire l'objet de monopole.

La décision communautaire a aussi pour mérite de dissocier le caractère distinctif qui est indispensable pour constituer une marque du caractère descriptif qui est au contraire prohibé.

Or un signe peut parfaitement être distinctif tout en étant descriptif. Et il sera refusé. Tel est le cas précisément du terme UNIQUE.

Notons, qu'outre l'absence de distinctivité, la marque pouvait être considérée comme trompeuse, si les services proposés par France Télécom n'étaient précisément pas uniques.

TPCIE 7ème chambre 23 septembre 2009 Aff. T-396/07

MARQUES : LES SYMBOLES D'ENTRETIEN NE SONT PAS DES MARQUES VALABLES.

On connaît les symboles cousus à l'intérieur de nos vêtements, ces pictogrammes qui ont pour fonction d'informer sur l'entretien du vêtement.

Or ces différents pictogrammes ont été déposés à titre de marque et le Comité Français de l'Etiquetage pour l'Entretien des Textiles en est le licencié exclusif.

Ces pictogrammes, à savoir notamment : le bac d'eau qui signifie le lavage, le triangle qui signifie le chlorage, le fer à repasser qui représente le repassage, etc. sont donc des signes privatifs. Et il faut donc payer ou cotiser pour les utiliser.

Mais peuvent-ils être valablement considérés comme des marques.

A l'occasion d'un procès opposant le Comité français de l'étiquetage et une société qui vendaient (comme de nombreuses autres du même secteur, si ce n'est la totalité) des vêtements dont les étiquettes reproduisaient sans son autorisation les différents pictogrammes, le Tribunal de Grande instance de Paris a annulé les marques déposées.

En effet, ces symboles ou pictogrammes n'ont aucune fonction d'identification de l'origine des produits et n'ont pour but que d'informer l'utilisateur sur l'entretien des textiles. Ils ne sont pas utilisés dans les vêtements à titre de marque. Il ne s'agit que d'un mode d'emploi ou plus exactement d'entretien que le

consommateur ne rattache pas au fabricant du vêtement.

Cependant à défaut d'être protégé à titre de marque, ces symboles ou pictogramme n'en sont pas moins le fruit d'une activité qui a développé un système d'information clair et compréhensible pour tout consommateur. Et cette activité doit être protégée.
En tirer profit sans le moindre coût constitue un comportement parasitaire voire constitutif de concurrence déloyale vis-à-vis de ceux qui payent une redevance.

Donc, si l'utilisateur a été blanchi au niveau du droit des marques, il a néanmoins été quelque peu lessivé de quelques dommages et intérêts pour concurrence déloyale pour avoir utilisé sans bourse déliée ces pictogrammes.

Tribunal de Grande instance de Paris 16 Décembre 2009 n° 2008/06916

MARQUE : ALTERATION DE LA MARQUE

Il existe un acte illicite que l'on connaît moins que la copie, c'est la suppression ou la modification d'une marque sur le produit.

Le fait de supprimer ou de modifier une marque d'un produit est un acte illicite.

Mais c'est la suppression de la marque et non d'un autre signe qui entraîne l'infraction.

La société Champagne Louis Roederer dans le cadre d'une saisie contrefaçon a été amenée à découvrir des bouteilles de champagne revêtues de la marque « Louis Roederer Brut premier » dont elle est titulaire. Sur l'étiquette de ces bouteilles, le code barre permettant l'identification spécifique de chacune des bouteilles avait été masqué par un trait noir.

Elle engage donc une procédure judiciaire sur le fondement des l'article L 713-2 b du code de la propriété intellectuelle et L 217-3 du code de la consommation.

Pour la Cour d'appel de Rennes, même si le code barre en lui-même n'est pas protégé par le dépôt de la marque, l'étiquette enregistrée en tant que marque et sur laquelle est apposé le code barre est dès lors couverte par la protection attachée à la marque.

Ainsi, toujours selon la Cour d'appel, l'apposition du trait litigieux couvrant le code barre apposé lui-même sur l'étiquette constitue une modification de la marque

Cette analyse est censurée par la Cour de cassation. Pour la Cour suprême, en statuant ainsi au seul motif que le signe supprimé (le code barre) se trouvait apposé sur une étiquette enregistrée en tant que marque, alors qu'elle constatait que ce signe n'était pas en lui-même protégé, la Cour d'appel a violé les dispositions de l'article L 713-2 b du Code de la propriété Intellectuelle. Ce raisonnement est parfaitement logique, le droit de marques protège les marques et non pas les autres signes.

Notons cependant que le Code de la consommation sanctionne le fait de supprimer, masquer altérer ou modifier un élément d'identification d'une marchandise, et donc un code barre. Ainsi la sanction est quand même tombée, mais à travers une autre disposition légale.

Cour de cassation 19 janvier 2010 n° 08-70036

MODELE NON PROTEGEABLE

L'apposition d'un miroir collé sur le clapet d'un téléphone portable ne peut constituer un modèle protégeable.

Contrairement au premier jugement qui avait validé le modèle, la Cour d'appel d'Aix en Provence a jugé que le fait d'adjoindre sur des téléphones portables un miroir symbolisé par un rectangle blanc qui ne modifie en rien l'objet original de ces téléphones, n'est pas de nature à donner au modèle déposé une physionomie propre.

De plus, toujours selon la Cour d'appel la simple jutaposition de formes existantes sans effort créatif ne relève pas du droit d'auteur.

Cette décision est l'illustration de la règle selon laquelle les idées et les concepts sont de libre-parcours, car cela aboutirait à l'appropriation d'un genre.

Seule aurait été éventuellement protégeable la forme bien précise d'un miroir apposé sur le clapet d'un téléphone.

Or, il ne fait aucun doute que la forme rectangulaire qui ne fait qu'épouser la forme du clapet manque d'originalité.

Cour d'appel d'Aix en Provence 3 décembre 2009 n° 2008-16605

PROPRIETE LITTERAIRE ET ARTISTIQUE : EXCEPTION DE COURTE CITATION

Le jugement rendu le 22 mars 2008 par le Tribunal de grande instance de Nanterre *(voir lettre d'information octobre 2008)* a été infirmé par la Cour d'appel de Versailles.

La reproduction des vignettes d'une bande dessinée en l'espèce celles des albums de Tintin n'est pas contrairement à ce qu'affirmait le Tribunal constitutive d'une courte citation.

La vignette n'est donc pas un des éléments d'un tout que représente l'album lui-même.

Pour la Cour d'Appel de Versailles, chaque vignette est une œuvre graphique à part entière et donc protégeable en elle-même, indépendamment de l'ensemble et de l'enchaînement narratif dans lequel l'auteur les a intégrées.

Il y a donc dans une bande dessinée autant de dessins originaux et protégeables que de vignettes.

Une surprotection pourrait-on dire. Non, il en est de même pour chaque scène d'un film ou chaque chapitre d'un livre, qui sont protégeables sous réserve d'originalité, indépendamment de l'ensemble que constitue le film ou le livre dans lequel ils sont intégrés.

Cour d'appel de Versailles 17 septembre 2009

Lettre d'information juridique n°22 Mars 2010
Cabinet Claude BARANES
45 Avenue Victor Hugo 75116 Paris Tel 01 43 80 37 21 Fax 01 43 80 08 68 claudebaranes@avocat-baranes.fr
www.avocat-baranes.fr